后备厢集市连续举办——

升起夏日烟火气 点亮金陵夜经济

□ 许瑾 邰子君

夜幕降临，位于江苏省南京市幕燕滨江风貌区的达摩长江夜公园人头攒动，数百米的步道上，约50辆汽车敞开着后备厢，霓虹闪烁。这是近日在达摩古洞景区举办的五马渡汽车后备厢文化集市的一景，“户外蹦迪”“张母娘南京小吃研究所”“泰式椰子冰淇淋”等诸多特色摊位让市民、游客流连忘返。

从走街串巷的“小摊贩”，到商业广场的“气氛组”，再到如今旅游景区、休闲街区的“新业态”，敞开的汽车后备厢点亮了南京夏日夜经济。

重聚城市烟火气

平日一到夜晚就寂静下来的南京云锦博物馆在5月14日突然热闹起来了，博物馆停车场上，一场汽车后备厢与南京云锦融合的“夜游赏锦 满载而归”非遗雅集正在上演，牛肉汉堡、手工制品等小吃、小商品琳琅满目，坐拥“主场”的南京云锦博物馆也推出了云锦国潮产品限量特卖活动。据统计，5个半小时的活动中，共有2000余游客入场。

网名为“十方清荷”的汉服爱好者当晚在朋友的推荐下来到云锦博物馆，之前参加过多次穿汉服游博物馆的她认为，汽车后备厢与博物馆的结合很有新意。“不是那种一本正经地观展、打卡，而是逛一圈博物馆，然后出来听音乐、吃美食，这样的形式更接地气。”

作为此次非遗雅集的合作车队，“不做梦”后备厢车队共有32辆车参加此次活动。车队相关负责人林云对于当天的人流量和销售情况都颇为欣喜，为了契合云锦博物馆的气质，他还特意穿了一身汉服。林云表示，与之前参加的在街区、商场举办的后备厢集市相比，云锦博物馆非遗雅集虽然是后来者，但客流量并不逊色。

今年以来，这样热闹的汽车后备厢集市在南京已随处可见。“五马渡夜市5月回归！”“这个520，我们陪你在国展中心一起玩真人剧本杀，欢迎来玩呀！”“522，在复地活力广场有网红歌手驻唱，欢迎大家来围观。”……汽车后备厢集市出没在南京的各大商业广场，并通过公众号、社群、短视频等社交媒体发布“出摊预告”，吸引市民和游客主动参与。

跨界混搭促消费

“5月7日晚上在水木秦淮艺术街区，5月14日晚上在云锦博物馆，5月27日至28日在南京绿博园……”在林云介绍的“不做梦”后备厢车队5月满满当当的行程中不难发现，街区、景区已经成为后备厢车队不可多得的“阵地”，而街区、景区与后备厢车队的结合，也进一步释放了文旅消费潜力。

今年五一假期，谢丰收组织的车队参与了南京市溧水区文化和旅游局在幸庄湿地公园主办的“欢迎夏天”市集主题专场露营活动，汉堡、咖啡、炸串、冰粉……每辆车一个品种，大受市民和游客的青睐。“汉堡店卖了一两百份套餐，铁板鱿鱼店卖了3000元，几乎所有车子的产品都卖空了，跟我一起来的车主说下次有这样的活动还要参加。”谢丰收说。经常带孩子露营的南京市民袁女士表示，每次户外露营都要自己准备食物，如果附近有售卖餐饮的后备厢店铺，她一定会消费。

南京市溧水区文化和旅游局旅游推广科科长郭小清介绍，幸庄湿地公园是距离溧水城区最近的公园，每天晚上都会有市民来散步。五一假期的活动把露营地与后备厢集市、潮玩店、龙虾啤酒宴等结合，提升了市民、游客的体验感。郭小清表示，后备厢集市对于城市公园来说是很好的补充，能够激发人们的消费潜力，但在形式上还需要与户外露营以及其他的户外娱乐项目搭配，从而形成综合性夜间消费空间。

如今，有策划、多主题的后备厢集市活动正在南京多个街区、景区陆续开展。在熙南里历史文化休闲街区，鱼龙巷的萌宠主题后备厢集市与六潮雅集的美食摊位、大板巷的文创手工摊位串成流动的风景线；在达摩古洞景区，五马渡汽车后备厢文化集市旁就是可乘坐直升机和热气球、举办露营活动的飞行营地；在龙湖河西天街，改装车主题尾厢集市将车辆展示与美食、潮玩店铺结合，同样令人目不暇接……后备厢集市已逐渐成为南京街区、景区吸引客流、提升消费的重要载体。

南京云锦博物馆“夜游赏锦 满载而归”非遗雅集上的汽车摊位 邰子君 摄

探索自救新出路

一场场后备厢集市，无论对于车主，还是景区、街区而言，都是疫情防控常态化下的一种有益尝试。从事服装店生意的佟飞如今也是“阿要辣油”凉粉摊位的车主，自今年4月以来，他参加过多场后备厢集市活动，10元一份的凉粉，他每次活动只卖100份，几乎场场售罄。谢丰收目前在后备厢集市中经营着“丰收咖啡”，他表示，自己的本职工作是做婚礼和展会的水吧服务，因为疫情原因接不到活，才有了做后备厢店铺的想法。去年5月，谢丰收开始在南京马路边摆摊，凭借多年做“移动咖啡”的经验，他的生意越来越好，有时候一个月能挣3万多元。

南京云锦博物馆馆长简名伟表示，云锦博物馆非遗集市是今年国际博物馆日的配套活动，希望通过集市，让市民、游客在休闲的同时，也能走进云锦博物馆。而云锦博物馆也用好当天的人流量，安排了两场夜游博物馆的免费导览，博物馆内还有云锦织造大师现场织锦。“云锦博物馆在这之前从来没有在夜间开放过，活动之后，我们将进行复盘，希望以此为契机，定期举办后备厢集市活动，探索博物馆的全新夜游模式。”

郭小清表示，后备厢集市作为汽车文化的延伸，更加适合现在的年轻人、亲子家庭，如果能增加网红食品和娱乐活动，则吸引力更强。目前，溧水区文化和旅游局正在摸排溧水区适合长期落地的露营基地，增加配套设置，未来将结合实际情况继续推出后备厢集市活动，并加入瓜果等当地农产品，促进全域增收。

同时，让后备厢集市更加规范也已成为参与者的共识。幸庄湿地公园活动现场，主办方增加了垃圾桶和环卫人员，确保场地干净整洁。五马渡汽车后备厢文化集市举办期间，达摩古洞景区在现场循环播放禁烟游园须知，并加大了安保巡查力度。来自“不误正夜”车队的孙凯表示，后备厢店铺的车主普遍素质比较高，大家也想做好这件事情，因此，车队不仅对后备厢装饰和整车的美观度有要求，还让所有参加后备厢集市的车主报备产品品类，统一登记进货渠道、发票、健康证、营业执照、食品安全证等，营业结束后还要把自己的区域打扫干净。

后备厢集市灵活度高、机动性强，且时间相对自由，越来越多的车主利用业余时间加入摆摊队伍。据谢丰收了解，现在南京做后备厢店铺的车子已有200辆左右。夏夜正当时，后备厢集市将为夜间消费和休闲生活带来更多可能。

辽宁促文旅装备企业创新升级

□ 周凤文 吴越 本报记者 王诗培

立体汽车影像悬浮在空气中，用手轻轻推动，空中的影像顺着手指的方向转动；玻璃窗上的3D动画立体、明艳，小鱼在窗外灵动游弋……当你走进位于辽宁省沈阳市浑南区的体验科技股份有限公司（以下简称体验科技公司）的实验室，就会被这里的体验场景所吸引。在这里，眼见不一定为实，一幅平面画就可以在视觉上“欺骗”你。2021年，该公司“采用第四屏显示技术的新型文旅装备应用”入选全国文化和旅游装备技术提升优秀案例。

据介绍，2021年辽宁省共有两家公司的案例入选文化和旅游部公布的全国文化和旅游装备技术提升优秀案例，除上述案例外，另一个为大连博涛文化科技股份有限公司（以下简称大连博涛）的“大型高科技文旅仿生机器人研发及推广”。

体验科技公司相关负责人介绍，公司开发的“第四屏”显示技术在前端记录和终端显示方面都有原理性创新。一是全息车游装备，支持10平方公里范围的全息世界，观众乘坐在自由行驶的车辆中会感受到一次超越虚拟的极限之旅。二是采用1:1真人比例全息显示技术和历史人物复活等技术，实现了真人比例的虚拟影像显示与实际背景相融合，有身临其境之感。三是画剧屏，将传统画框的展示效果与电子画框的动态和交互性相结合，并且增加了触摸屏，可实现交互操作，体验感更强。

目前，体验科技公司多个新型文旅装备已在博物馆、美术馆、纪念馆、旅游景区的多个文旅项目中实现应用。例如，河北省西柏坡的“中国革命之旅体验园”、辽宁省博物馆的“唐宋八大家展”、沈阳故宫的“全息戏台”等。其中，在沈阳故宫的介祉宫中，通过1:1真人比例全息数字剧场实现了甄嬛的“复活”，重现了甄嬛东巡时在介祉宫的起居生活。“第四屏”技术的主要特点为“无屏＋巨像”，即以空中为屏，观众无需辅助头盔、眼镜，就能在全息车行驶过程中透过“神奇的车窗”观看沈阳历史的演进，宛如一次身临其境的极限之旅。该公司对外联络负责人贾丹介绍，“第四屏”显示技术是目前国内领先的新应用技术，基于此，人类感官能够充分识别其信息和功能，这也是观众能够获得“视觉”冲击的主要原因。目前，“采用第四屏显示技术的新型文旅装备应用”已产生直接经济效益3亿元。

大连博涛成立于2005年，近20年来深耕文旅行业，是国内研发高科技文旅体验装备的重点企业之一。2019年，该公司在仿生装置方面的创新为行业带来了新的借鉴。公司创始人、创意总监、机械装置艺术家肖迪介绍，公司将唐三彩的马与西方特洛伊木马机理相结合，打造了高科技仿生装置艺术品“中华巨马”，填补了国内高端仿生艺术品的空白，实现了中国巨型机械仿生装置艺术品从无到有的突破。该项目也为落地景区——开封清明上河园赢得不少流量。有了这一成功案例，公司又相继推出了一系列既有工业质感又具朋克形象的“仿生”新品，在业内掀起了一股“仿生”装置风潮。“我认为文旅产品的创新是永无止境的，不一样，才可以引爆流量。”肖迪说。

辽宁省文化和旅游厅相关负责人介绍，辽宁省文化和旅游厅编制实施的《辽宁省“十四五”文化和旅游发展规划》提出，要推进文化装备制造业发展；适应沉浸体验、智能交互等趋势，促进文化装备技术研发和升级改造，加快文化和旅游5G应用，开发基于5G的游客流量监测、高清视频监控、旅游设施管理等智能应用。加快虚拟现实、增强现实、全息成像、超高清、可穿戴设备、智能硬件、沉浸式体验平台等核心技术装备创新发展；支持文物和艺术品展陈、保护、修复设备产业化。鼓励研发智能化舞台演艺设备和高端音视频产品。在此背景下，一批以科技装备制造为拳头产品的公司快速发展，规模超过600家。

辽宁省文化和旅游厅相关负责人表示：“我们将引导相关企业，在云旅游、云直播、线上数字化体验产品方面发力；鼓励定制、体验、智能、互动等消费新模式发展，打造沉浸式旅游体验新场景；推进服务型制造模式在装备行业推广应用，培育壮大‘新字号’，加强基础技术研发，提升文化和旅游装备研发设计、生产制造水平，逐渐形成国产旅游装备的核心竞争力。”

画剧屏 体验科技公司 供图

传承老“晒”法 尝试新“晒”法

——西藏千年盐田焕发新生机

□ 新华社记者 曹健 范帆 陈尚才

盛夏时节，位于西藏昌都市芒康县纳西民族乡境内的盐井地区，一年中最佳的“晒盐季”即将进入尾声。盛满卤水的盐田沿着澜沧江次第排开，倒映着雪域高原的天高云淡。从空中俯瞰，波光粼粼的盐田仿佛延展在山间的调色盘。

“3月到6月是晒盐的黄金时间，等到雨季来临，就不好晒盐了。”一大早，53岁的加达村村民美拉就来到盐田，开始了一天的劳作：从澜沧江畔的盐井抽取卤水到盐田，待风吹日晒后析出盐晶，再从盐田里刮出盐粒……

当美拉还是一个小姑娘的时候，她就看着村里的大人们这样制盐，这项古老的技艺在加达村已延续传承1300余年。

这里的每块盐田面积约在5平方米左右，架空于山间，上方覆上透水性差的黏土，下方则由一根根木棍支撑，站在盐田底部抬头看，还能看到盐滴结晶而成的盐柱。每年冬天，当地村民要从山上取土，对盐田进行修缮和管护，以保证来年更好地产盐。

根据成色和用途，盐田一般可扫收三层盐，上面一层干净的白盐，一般可用作食盐烹饪食物；中间一层受黏土影响，盐粒变成红色，一般可作保健之用；下面一层盐粒颜色更深且有一定杂质，一般可用于饲喂牛羊。

美拉告诉记者，从浇灌卤水到析出盐晶，一般需要12天左右，经过高原强烈的光照和烈风蒸发，一块盐田产量约在25公斤左右。美拉的13块盐田，每年可以给她带来1万多元的收入。

加达村所在的这片区域，被当地人称作盐井地区，藏语叫作“察卡洛”，意思是产盐之地。这里位于藏、川、滇三省区的交界处，历史上曾是茶马古道的入藏重要驿站，过去人们用盐换取食物和生活用品，大自然的馈赠帮助他们在贫瘠的土地上维持着生计。时至今日，盐井地区依然保存着3500多块盐田，最多一户有50多块盐田，最少也有五六块盐田。

2008年，盐井地区的食盐晒制技艺入选国家非物质文化遗产名录。随着旅游业的兴起，越来越多的游客慕名前来打卡，村里开起了农家乐和民宿。

盐井盐田之所以吸引着众多游客慕名而来，除古法晒盐的历史和文化外，还因为这里如“天空之镜”一般的独特美景。

“云南乡土小丫”是一个主要做古村落主题直播的账号，在盐井地区做了连续多天的直播。“账号特色就是带网民通过屏幕，直观感受古村落的真实状态。”主播米娜说，盐井地区很有特色，跟踪拍摄古法制盐，包括抽取卤水、收取盐粒、夯实盐田、背盐运盐等流程，是直播的重点之一。

村里的年轻人也在用更为时尚的方式，通过网络“晒一晒”，让更多人了解制盐技艺背后的文化和历史。

今年33岁的村民扎西拉姆在劳作之余，会经常拿出手机，将盐田的风光拍成短视频，有时她还会做直播，向全国各地的网友推介这里的风土人情。

如今，扎西拉姆已是当地小有名气的“网红”。最近几年，她每年能通过网络卖盐3000多袋，有时自家的盐供不应求，她还要收购其他村民的盐。“保健红盐最受欢迎，很多游客旅游时买过后，还会通过网上再次购买。”扎西拉姆说，“随着游客越来越多，我相信传统的制盐技艺会焕发出新的光彩。”

内蒙古文旅商品创意设计大赛启动

本报讯（董亮）近日，由内蒙古自治区文化和旅游厅主办、包头市文化旅游广电局承办、沿黄7盟市协办，以“感悟中华文化·创造创新文旅品牌”为主题的黄河几字弯内蒙古文旅商品创意设计大赛暨包头市第三届文化旅游创意作品大赛在包头市固阳县春坤山景区启动。

黄河几字弯内蒙古文旅商品创意设计大赛将持续至10月，包括作品征集、奖项评选、优秀作品展示展览、黄河几字弯文化创意和旅游产业融合发展座谈会、优秀文化旅游商品企业与A级景区签约等环节。大赛征集作品涵盖实物类原创文旅商品、非实物类原创文旅商品和乡村振兴创意设计三大类，每类均设置相应奖项。参赛文旅商品（作品）将按照文化性、创新性、品牌性、示范性、市场性、环保性和实用性的标准进行评选。包头市第三届文化旅游创意作品大赛与黄河几字弯内蒙古文旅商品创意设计大赛同时间、同方案、同步举办。

内蒙古自治区文化和旅游厅副厅长蔚治国在启动仪式上表示，沿黄各盟市在做好常态化疫情防控工作的同时，要齐抓共管、形成合力、共谋发展，进一步激发自治区文化和旅游创意发展活力，推出一批具有中华文化底蕴、融合现代文明、值得推广的文创力作，让游客看到内蒙古文旅产业和文化事业发展的巨大潜力。

《大美敦煌—敦煌萌物》系列数字藏品首发

本报讯（牛莹 记者 张陇堂）由敦煌文旅集团旗下品牌“敦煌文创”推出的《大美敦煌——敦煌萌物》系列数字藏品，于近日在元启数字藏品平台独家首发。

据悉，《大美敦煌——敦煌萌物》系列数字藏品是以敦煌瑞兽、动物及经典飞天乐伎为蓝本绘制出的萌趣可爱的卡通形象，将跨越千年曲折和悠久历史的敦煌故事以具有美好象征意义的“萌物”呈现，通过圆润的笔触，把敦煌壁画中灵动的生物和轻盈唯美的飞天，描绘得生动活泼且充满童趣。

《大美敦煌——敦煌萌物》系列数字藏品共发售6款，各限量发售2888份，分别为“六臂伎乐飞天”“献璎珞飞天”“献花伎乐飞天”“九色鹿”“山岭猕猴”“凤鸟”。集齐“献璎珞飞天”和“九色鹿”可合成《九色鹿璎珞图》，集齐“献花伎乐飞天”和“山岭猕猴”可合成《猕猴伎乐图》，集齐“六臂伎乐飞天”和“凤鸟”可合成《凤鸟伎乐图》。

文创产品活 平谷大桃鲜

近日，桃醉平谷·2022年平谷区鲜桃季休闲旅游系列活动在北京平谷金海湖国际会展中心拉开帷幕。活动中，平谷各大文旅企业和鲜桃品牌商不仅带来多款鲜桃礼盒产品，还带来了与平谷大桃相关的旅游文创产品。图为游客在活动中选购平谷大桃主题文创产品。

本报记者 陈晨 摄

编辑：王诗培 电话：010-85168168 E-mail：wsp@ctnews.cn